

N121 - (8)

APRIL/MAY 2025

**FECM64C/CECM64C — SERVICE
MARKETING**

Time : Three hours

Maximum : 75 marks



SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. What do you mean by intangibility of services?
கண்ணுக்கு புலப்படாத சேவைகள் பற்றி நீவீர் அறிவது என்ன?
2. What is pure tangible goods?
தூய்மையான பார்க்கக் கூடிய பொருள் என்றால் என்ன?
3. What is prestige pricing?
கவுரவ விலை என்றால் என்ன?
4. What do you mean by demand based pricing?
தேவை அடிப்படையிலான விலை பற்றி நீவீர் அறிவது என்ன?

5. What is chasing demand?

தேவையை துரத்துவது என்றால் என்ன?

6. What do you mean by cross training?

குறுக்கு பயிற்சி என்றால் என்ன?

7. What do you understand by customer orientation?

வாடிக்கையாளர் நோக்குநிலை பற்றி என்ன புரிந்து கொள்கிறீர்கள்?

8. Define Quality service.

தரமான சேவை - வரையறு.

9. Explain the term "tour operators".

சுற்றுப்பண வழிகாட்டி என்ற பதத்தை விளக்குக.

10. What are the types of ICU in hospital sector?

மருத்துவமனைகளிலுள்ள தீவிர சிகிச்சை பிரிவின் வகைகள் என்ன?

19. Describe briefly the gaps in service quality.

சேவை தரத்தில் உள்ள இடைவெளியை சுருக்கமாக விவரி.

20. Discuss the recent trends and developments in the tourism industry in India.

இந்தியாவின் சுற்றுலாத் துறையில் சமீபத்திய போக்குகள் மற்றும் முன்னேற்றங்கள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Discuss the characteristics of service marketing.

சேவை சந்தையிடலின் தன்மைகளை விவரி.

Or

(b) Different stages of evaluation of services marketing.

சேவை சந்தைப்படுத்துதலின் பல்வேறு பரிணாமங்கள் விவரி.

12. (a) What are the challenges in distributing services through electronic channels.

மின்னணு ஊடகங்கள் மூலம் சேவைகளை விநியோகிப்பதில் உள்ள சவால்கள் என்ன?

Or

(b) Explain the main approaches adopted while pricing the service.

சேவையை விலை நிர்ணயம் செய்யும் போது பின்பற்றப்படும் முக்கிய அணுகுமுறைகளை விளக்கவும்.

13. (a) What are the outcomes of lack of inventory capability?

சரக்குத்திறன் இல்லாததன் விளைவுகள் என்ன?

Or

- (b) Discuss the strategy for managing capacity to match capacity.

திறனுடன் பொருந்தக் கூடிய நிர்வகிப்பதற்கான யுத்திகளை விவாதிக்கவும்.

14. (a) Explain the limitation of SERVQUAL.

சேவை தரத்தின் குறைகளை விவரி.

Or

- (b) What are the main tools service firms can use to analysis and address service quality?

சேவையின் தரத்தை பகுப்பாய்வு செய்ய பயன்படுத்தப்படும் முக்கிய கருவிகள் என்ன?

15. (a) Which customer groups are most important for tourism industry?

சுற்றுலாத் துறைக்கு எந்த வாடிக்கையாளர் மிக முக்கியமானவர்கள்?

Or

- (b) How will you formulate service marketing strategies for health sector?

சுகாதாரத் துறைக்கான சேவை சந்தைப்படுத்தல் உத்திகளை எவ்வாறு உருவாக்குவீர்கள்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Trace the origin and growth of service marketing in India.

இந்தியாவில் சேவை சந்தைப்படுத்துதலின் தோற்றம் மற்றும் வளர்ச்சியை கண்டறியவும்.

17. Explain the characteristics of service marketing mix.

சேவை சந்தைப்படுத்துதல் கலவையின் தன்மைகளை விவரி.

18. Explain the various capacity management strategies.

பல்வேறு திறன் மேலாண்மை உத்திகளை விளக்குக.